



การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วม
ของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช
Web Application Development of Community Products for Participative
Management to Chaloe Phra Kiat Coconut Shell Handicraft Center
in Nakhon Si Thammarat Province.

พรศิลป์ บัวงาม* และอุทุมพร ศรีโยม

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

1 หมู่ที่ 4 ต.ท่าจั่ว อ.เมืองนครศรีธรรมราช จ.นครศรีธรรมราช 80280

Pornsir Buangam and Utumporn Sriyom

1 Moo 4, Tha Ngio, Mueang Nakhon Si Thammarat Nakhon Si Thammarat 80280

Email: pornsin_bua@nstru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) ประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจการใช้งานเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 220 คน คือ สมาชิกกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ 10 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บแอปพลิเคชัน 10 คน คัดเลือกแบบเจาะจง ผู้ใช้งานเว็บไซต์คัดเลือกแบบบังเอิญ 200 คน เครื่องมือการวิจัยคือ 1) เว็บแอปพลิเคชัน 2) แบบประเมินประสิทธิภาพเว็บไซต์ และ 3) แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) เว็บแอปพลิเคชันสามารถเรียกดูข้อมูลสินค้าได้ มีฟังก์ชันการทำงานที่ไม่ซับซ้อน เข้าถึงได้สะดวก รวดเร็ว 2) ผลประเมินประสิทธิภาพโดยผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{x}$ = 3.97, SD. = 0.56) และ 3) ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{x}$ = 4.30, SD. = 0.75)

คำสำคัญ : เว็บแอปพลิเคชัน ศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ แบบมีส่วนร่วม

Abstract

This study aims to 1) design and develop for web application of community products for participative management to Chaloe Phra Kiat coconut shell handicraft center in Nakhon



Si Thammarat province 2) evaluate of efficiency and satisfaction for the web application of user. The researcher determined the size of sample used for the 220 persons; sample of Chaloe Phra Kiat coconut shell handicraft center member 10 persons and 10 web application' experts selected by purposive, and 200 users selected by accidental. The research tools were included 1) web application 2) evaluate efficiency forms and 3) customer satisfaction survey. The statistic tools were mean and standard deviation. The research results as follows: 1) web application of view product data, easiest, convenient and fast 2) the efficiency of web application by experts were a high level ($\bar{x}$ = 3.97, SD. = 0.56) and 3) the satisfaction of web application by user were a good level ($\bar{x}$ = 4.30, SD. = 0.75).

Keywords : Web applications, Chaloe Phra Kiat coconut shell handicraft center, Participatory

บทนำ

ศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่เลขที่ 46 หมู่ที่ 9 ตำบลเชียรเขา อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครศรีธรรมราช มีนางจิตรา ศรีสังข์ เป็นประธานศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติจัดตั้งขึ้นจากการรวมกลุ่มกันของชาวบ้าน ผู้สูงอายุ โดยนำกะลามะพร้าวมาแปรรูปเป็นเครื่องประดับ ของชำร่วย พวงกุญแจ กะลานครูมือ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกะลามะพร้าว สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับสมาชิกในกลุ่ม สินค้าทุกชิ้นที่ผลิตขึ้นเป็นสินค้าที่สร้างจากฝีมือของสมาชิก ฉะนั้นสินค้าแต่ละชิ้นจะมีลวดลาย ความสวยงาม มีลักษณะเฉพาะตัวไม่เหมือนกันเพราะงานทุกชิ้นที่ผลิตล้วนแล้วแต่มาจากจินตนาการ และฝีมือของสมาชิกทั้งสิ้น สำหรับการจำหน่ายสินค้านอกจากจะมีการขายสินค้า ณ ที่ทำการของกลุ่มแล้ว ส่วนหนึ่งจะนำสินค้าออกไปจำหน่ายในสถานที่จัดแสดงสินค้าชุมชนทั้งในจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง เพื่อเพิ่มรายได้ เพิ่มยอดขายให้กับกลุ่ม แต่ด้วยสถานการณ์ของการระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงที่ผ่านมาทำให้การนำสินค้าไปจำหน่ายในสถานที่ต่าง ๆ ไม่สามารถทำได้ ประกอบกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของผู้บริโภค จึงทำให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการซื้อ และขายสินค้า เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค จากสถิติ E-commerce 2021 (ณัฐพร เมืองทุม, 2564) ผู้บริโภคส่วนใหญ่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันมากขึ้น มีการศึกษาข้อมูลสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ยังพบอีกว่าคนไทยซื้อสินค้าออนไลน์เป็นอันดับ 3 ของโลก ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และชำระเงินผ่านแอปธนาคารแทนการจ่ายเงินสด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (กัลยา โตทองกลาง และคณะ, 2562) พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีความสะดวก ประหยัดเวลา สามารถเปรียบเทียบสินค้า ราคา ก่อนซื้อสินค้าและมีส่วนลดซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับห่วงโซ่มูลค่าผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐมของ กนกพัชร กอประเสริฐ และพงศ์สุภา เฉลิมกลิ่น (2561) ใช้ทฤษฎีการต่อยอด



รูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ (eMICA) มาปรับใช้ในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้สามารถนำเสนอสินค้าและบริการตามความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม จึงนำไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาศักยภาพและยกระดับสร้างรายได้ให้เกษตรกรอย่างยั่งยืน

ปัจจุบันรูปแบบการดำเนินธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามามีผลต่อการใช้ชีวิตในสังคม ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตาม เพื่อให้ตอบโจทย์กับความต้องการของผู้บริโภคการดำเนินธุรกิจในแบบ consumer to consumer ซึ่งเป็นธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยมและเหมาะสมกับยุคปัจจุบัน เป็นธุรกิจที่ผู้บริโภคกับผู้บริโภคสามารถทำการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร สินค้าและบริการ การทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านแพลตฟอร์มที่สามารถใช้งานได้ง่าย ไร้ขีดจำกัดในเรื่องของเวลา สถานที่ แสดงข้อมูลสินค้าได้ชัดเจนและเกิดความพึงพอใจกันทั้งสองฝ่าย ทำให้การซื้อขายสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบัน (Cudjoe Dan, 2014)

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อจัดการและประชาสัมพันธ์สินค้าชุมชนแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษาศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้โปรแกรมเวิร์ดเพลสซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ใช้สำหรับสร้างเว็บไซต์ เข้ามาทำหน้าที่ในการจัดการข้อมูลสินค้า แสดงข้อมูลสินค้า รายละเอียดสินค้า ทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าด้วยระบบออนไลน์และใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม และผู้ใช้งานเว็บไซต์ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าแบบออฟไลน์และออนไลน์ เนื่องจากปัจจุบันอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตและรองรับการใช้งานเว็บไซต์ได้โดยไม่ต้องติดตั้งเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งช่วยให้การเข้าถึงข้อมูลและการใช้งานสามารถทำได้สะดวก รวดเร็วและง่ายขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพ และศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ทบทวนวรรณกรรม

การออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจการใช้งานเว็บแอปพลิเคชัน ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปดังนี้

1. แนวคิดว่าด้วยการต่อขยายรูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ (The Theory of Extended Model of Internet Commerce Adoption: eMICA)



กนกพัชร กอประเสริฐ และพงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น, (2561) ดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับห่วงโซ่คุณค่าผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม พบว่าการมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดภัยมีความสำคัญตั้งแต่การระบุความต้องการ และกระบวนการออกแบบรวมทั้งการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมผักปลอดภัยในการให้ข้อเสนอแนะ และนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ผู้บริโภคประเมินความพึงพอใจในการใช้งาน และนำมาต่อยอดการใช้อินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ (The Theory of Extended Model of Internet Commerce Adoption: eMICA) ประกอบด้วยการนำเว็บแอปพลิเคชันมาใช้ในการส่งเสริมสินค้าและบริการของธุรกิจ การนำเว็บแอปพลิเคชันมาเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารและการบริการ และการนำเว็บแอปพลิเคชันมาใช้ในการประมวลผลการทำธุรกรรม

องอาจ ชาญประสิทธิ์ชัย, (2563) ดำเนินการวิจัยเพื่อศึกษาประเภทธุรกิจและรูปแบบการใช้เว็บไซต์ และเพื่อประเมินรูปแบบการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามขั้นตอน eMICA Model ของผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมสินค้าและบริการ ในการให้ข้อมูลพื้นฐานของบริษัทมากที่สุด รองลงมาคือขั้นตอนที่ 2 การให้ข้อมูลข่าวสารและบริการ ทางด้านการแสดงรายการสินค้าขั้นพื้นฐาน ภาพนิ่ง มีการเชื่อมโยงเพื่อการสั่งซื้อ และขั้นตอนที่ 3 การประมวลผลการทำธุรกรรม ด้านปุ่มแชร์ไปยัง Social Media และเนื้อหาเว็บไซต์หลายภาษา

ซึ่งการออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้มีการนำทฤษฎีว่าด้วยการต่อยอดรูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ (The Theory of Extended Model of Internet Commerce Adoption: eMICA) มาใช้ โดยเน้นความสำคัญของขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมสินค้าและบริการ ในการให้ข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลการติดต่อกับทางกลุ่มในส่วนของเมนูติดต่อเรา ขั้นตอนที่ 2 การให้ข้อมูลข่าวสารและบริการ ทางด้านการแสดงรายการสินค้าขั้นพื้นฐาน ภาพนิ่งมีการเชื่อมโยงเพื่อการสั่งซื้อ ในงานวิจัยนี้มีการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันให้ผู้ใช้งานสามารถเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ได้เลย โดยในเว็บแอปพลิเคชันจะแสดงข้อมูลของสินค้าทั้งรายละเอียด หมวดหมู่ ภาพถ่าย และราคา และขั้นตอนที่ 3 การประมวลผลการทำธุรกรรม ในเว็บแอปพลิเคชันนี้สามารถคำนวณราคารวมและแจ้งให้ผู้ใช้ทราบและเมื่อผู้ใช้ดำเนินการชำระเงินแล้วสามารถแจ้งหลักฐานการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันได้

2. แนวคิดการมีส่วนร่วม ซึ่งการนำเอาทฤษฎีการมีส่วนร่วมมาใช้ในการพัฒนาระบบซื้อขาย สินค้าออนไลน์ โดยมีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมให้ข้อเสนอแนะข้อมูล ความต้องการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และนำไปสู่การพัฒนาระบบซื้อขาย สินค้าออนไลน์มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และงานวิจัยเรื่องการปฏิบัติการวิจัยอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ชุดิมา นิ่มนวล, 2562) ใช้รูปแบบการสนทนากลุ่มในการปฏิบัติการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อพัฒนาช่องทางการตลาดผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ



3. แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ได้แนวคิดจากงานวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา (กัลยา โตทองกลาง และคณะ, 2562) ผลการวิจัยพบว่านักศึกษามีความคาดหวังต่อการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในระดับมาก คือมีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลาย มีการจัดหมวดหมู่สินค้าได้ชัดเจน หาซื้อได้ง่าย มีเครื่องหมายการค้าชัดเจนน่าเชื่อถือ และความคาดหวังด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว พร้อมให้บริการตลอดเวลา รวดเร็วทันต่อความต้องการ ให้ความช่วยเหลือลูกค้าเมื่อเกิดปัญหาในสินค้าและบริการ และงานวิจัยเรื่องอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของส่วนประสมทางการตลาดแบบใหม่ที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันซื้อสินค้าออนไลน์ (รุ่งนภา สมสกุล และประพล เปรมทองสุข, 2562) กล่าวถึงการสร้างเอกลักษณ์ให้แอปพลิเคชันให้มีความโดดเด่น เพื่อช่วยเพิ่มการรับรู้ตราสินค้า เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น และผู้ประกอบการต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค โดยการให้ข้อมูลที่ถูกต้องทำให้เกิดความเข้าใจและรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้าที่ดีเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ งานวิจัยเรื่องการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคผ่านสื่อเครือข่ายออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น (ชงโค ตรีลาตพันธุ์ และวิชญ์ สุमितสุวรรณค์, 2563) มีการเสนอแนวทางการยกระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อเครือข่ายออนไลน์และส่วนประสมทางการตลาด โดยให้มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีช่องทางให้ผู้บริโภคสามารถต่อรองราคาได้ และเพิ่มช่องทางการเก็บเงินปลายทาง เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์มีรูปแบบการขายที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

จากการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา มีการออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันมีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลาย มีการจัดหมวดหมู่สินค้าได้ชัดเจน หาซื้อได้ง่าย มีเครื่องหมายการค้าชัดเจนน่าเชื่อถือ และสามารถตอบสนองอย่างรวดเร็ว พร้อมให้บริการตลอดเวลา รวดเร็วทันต่อความต้องการเนื่องจากการนำแอปพลิเคชันไลน์มาใช้ร่วมกับเว็บแอปพลิเคชันให้เว็บแอปพลิเคชันสามารถส่งข้อมูลการสั่งซื้อแจ้งเตือนผ่านแอปพลิเคชันไลน์และอีเมลได้ ทำให้การตอบกลับหรือบริการลูกค้าได้รวดเร็ว และมีช่องทางในการติดต่อกับผู้ขายโดยตรง

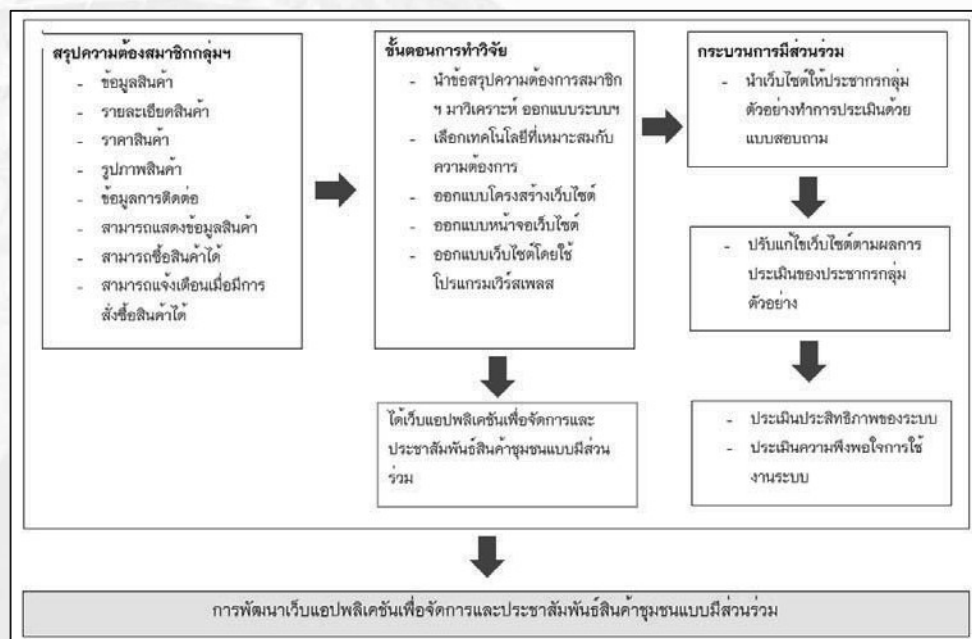
การศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) (กลุ่มระเบียบวิธีสถิติ, 2564) 2 แบบด้วยกัน คือ 1) การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างโดยใช้การพิจารณาและการตัดสินใจของนักวิจัยเป็นหลัก ซึ่งงานวิจัยนี้เลือกตัวอย่างแบบเจาะจงโดยเลือกผู้เชี่ยวชาญทางด้านเว็บแอปพลิเคชันในการประเมินประสิทธิภาพของเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทางด้านเว็บแอปพลิเคชันมาไม่น้อยกว่า 5 ปี 2) การเลือกตัวอย่างโดยบังเอิญ (accidental sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างโดยไม่มีหลักเกณฑ์ คือสามารถเลือกใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้แต่ต้องอยู่ในกลุ่มประชากรที่สนใจ ในงานวิจัยนี้เป็นกลุ่มประชากรที่ผ่านการซื้อสินค้ารูปแบบออนไลน์ ผู้วิจัยจึงเลือกตัวอย่างโดยบังเอิญสำหรับกลุ่มผู้ตอบ



แบบสอบถามความพึงพอใจการใช้งานของเว็บไซต์แอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้า หรือบริการ (กาญจนา ทวีพันธ์ และคณะ, 2562) โดยจะประเมินได้จากการคาดหวังของผู้บริโภค หากสินค้า หรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับมีประสิทธิภาพตรงกับสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ และมีผลกระทบต่อความตั้งใจกลับมาซื้อ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรวิการ์ แสนหาญ และคณะ (2561) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการเกิดจากการประเมินการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้รับบริการ ซึ่งหากตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้จะนำมาซึ่งความพึงพอใจในการบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิริยา ขวัญทองเขียว (2558) พบว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลโดยตรงต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่กลับมาซื้อซ้ำ และการพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นของลูกค้า จะช่วยลดการร้องเรียนของลูกค้า โดยในประเทศทางยุโรปนิยมใช้ American Customer Satisfaction Index (ACSI) ใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินความพึงพอใจทางธุรกิจ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนตรี ธรรมพัฒนากุล และคณะ (2562) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้าคือการให้ความรู้สึกของบุคคลที่ได้รับบริการในสิ่งที่ดีเป็นที่ประทับใจตามที่ผู้ให้บริการตั้งใจไว้หรือมากกว่าที่ตั้งใจไว้ในงานวิจัยนี้ได้นำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านความพึงพอใจมาปรับใช้สำหรับการจัดทำแบบสอบถามเพื่อใช้ในการประเมินเว็บไซต์แอปพลิเคชันเพื่อนำผลการประเมินความพึงพอใจมาปรับปรุงแก้ไขเว็บไซต์แอปพลิเคชันให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช และประเมินประสิทธิภาพ และศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ซึ่งมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการมุ่งเน้นการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายและช่องทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพให้กับกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มยอดขายและรายได้

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ซึ่งพื้นที่ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ พื้นที่ในอำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการมีส่วนร่วมจากสมาชิกกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทางด้านเว็บแอปพลิเคชันมาไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 10 คน เป็นการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นผู้ประเมินประสิทธิภาพของเว็บแอปพลิเคชัน และ 2) สมาชิกกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จำนวน 10 คน และ 3) บุคคลทั่วไปที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าแบบออนไลน์ เป็นการคัดเลือกแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 200 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 220 คน

4. ระยะเวลาในการดำเนินงาน พฤษภาคม พ.ศ. 2563 – พฤษภาคม พ.ศ. 2564

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ชุด คือ 1) แบบประเมินประสิทธิภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญ และ 2) แบบประเมินความพึงพอใจการใช้งานเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช ของสมาชิกกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ และบุคคลทั่วไปที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ ซึ่งเป็นการพัฒนาขึ้นจากการศึกษาเอกสารและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสร้างแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (ณัฐพัชร อภิรุ้งเรืองสกุล และประสพชัย พสุนนท์, 2563)

การตรวจสอบความสอดคล้องของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้เชิญผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ในการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.67-1.00 ได้ทำการปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่าน และได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลจำนวน 30 ชุด เพื่อนำผลสัมฤทธิ์มาตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของครอนบาคอัลฟา (Cronbach's alpha) เท่ากับ 0.749



เกณฑ์ในการแปลผล โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลด้วยช่วงของค่าเฉลี่ย (ละเอียด ศิลาน้อย, 2562) ดังนี้			
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	4.50-5.00	หมายความว่า	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	3.50-4.49	หมายความว่า	มาก
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	2.50-3.49	หมายความว่า	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.50-2.49	หมายความว่า	น้อย
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.00-1.49	หมายความว่า	น้อยที่สุด

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (mixed-methods research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) กับการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยการมีการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และการสนทนากลุ่ม (focus group) โดยสมาชิกกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ และมีผู้เชี่ยวชาญทางด้านเว็บแอปพลิเคชัน มีส่วนร่วมในการออกแบบเว็บแอปพลิเคชันให้มีความน่าสนใจและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประเมินความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์จากผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ ซึ่งมีวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร วิเคราะห์ข้อมูล และการทบทวนแนวคิด เพื่อให้ได้มาซึ่งหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

2. รวบรวมข้อมูลความต้องการของสมาชิกกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบไม่มีโครงสร้างจากสมาชิกกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เลขา เจริญฤติก และสมาชิกกลุ่ม รวมจำนวน 10 คน เพื่อนำมาออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. ออกแบบเครื่องมือสำหรับใช้ในการวิจัย เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือ คือแบบประเมินประสิทธิภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บแอปพลิเคชัน และแบบประเมินความพึงพอใจการใช้งานเว็บไซต์จากสมาชิกกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ และผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์

4. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา รวบรวม มาวิเคราะห์และออกแบบเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช

5. พัฒนาด้านแบบเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้รูปแบบ eMICA ในการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันด้วยโปรแกรมเวิร์ดเพรสในการแสดงข้อมูลกลุ่มและข้อมูลสินค้า และใช้โปรแกรม phpMyAdmin ซึ่งเป็นโปรแกรมประเภท MySQL Client สำหรับสร้างฐานข้อมูล ซึ่งสามารถจัดการข้อมูลผ่านเว็บเบราว์เซอร์ได้โดยตรง ทำให้การใช้งานของกลุ่มทำได้ง่าย และเข้าถึงเว็บแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้บริโภคสามารถทำได้ง่าย สามารถใช้



งานผ่านเว็บเบราว์เซอร์ซึ่งรองรับการทำงานทั้งในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) และระบบปฏิบัติการไอโอเอส (iOS) โดยไม่ต้องติดตั้งโปรแกรม

6. นำต้นแบบการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา ให้สมาชิกกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบข้อมูลรายละเอียดของสินค้า รูปภาพสินค้าและภาพรวมของเว็บแอปพลิเคชัน โดยใช้กระบวนการสนทนากลุ่มแบบมีส่วนร่วม และเพื่อให้สมาชิกกลุ่มได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะเกี่ยวกับข้อมูลและรูปแบบตัวอักษร การใช้โทนสี รวมทั้งสินค้าที่ต้องการนำมาวางในเว็บแอปพลิเคชันเพื่อให้ตรงตามความต้องการของกลุ่ม

7. ผู้วิจัยปรับแก้เว็บแอปพลิเคชันตามข้อเสนอแนะจากการสนทนากลุ่ม และขอจดทะเบียนโดเมนเนมและอัปโหลดเว็บแอปพลิเคชันขึ้นสู่เว็บไซต์ตั้ง เพื่อให้การเข้าถึงและการปรับแก้ไขเว็บแอปพลิเคชันสามารถทำได้สะดวกมากขึ้น

8. ผู้วิจัยนำเว็บแอปพลิเคชันให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินประสิทธิภาพการทำงานของเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา

9. ปรับแก้ไขเว็บไซต์ตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อยแล้วจึงให้กลุ่มตัวอย่างประเมินความพึงพอใจการใช้งานเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา

10. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสะท้อนกลับจากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ โดยใช้ค่าความเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และเรียงลำดับความสำคัญของข้อมูลเพื่อนำมาแก้ไขเว็บแอปพลิเคชันตามข้อเสนอแนะอย่างเหมาะสม

11. ผู้วิจัยจัดทำคู่มือการใช้งานเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา และส่งมอบเว็บแอปพลิเคชันให้กับศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ พร้อมทั้งจัดอบรมการใช้งานเว็บแอปพลิเคชันให้กับสมาชิกกลุ่มโดยทางกลุ่มมีผู้รับผิดชอบในการใช้งานเว็บแอปพลิเคชันในฐานะผู้ดูแลระบบ (admin) สำหรับเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลในเว็บให้เป็นข้อมูลปัจจุบัน รวมไปถึงการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าผ่านเว็บแอปพลิเคชัน

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามวิธีการดำเนินการวิจัยข้างต้น ได้ผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ผลการออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา แบ่งการทำงานออกเป็น 2 สิทธิ์ คือ สิทธิ์ของผู้ดูแลระบบ (admin) และสิทธิ์ของผู้ใช้ (users) โดยมีสิทธิ์การใช้งานดังนี้

ตารางที่ 1 สิทธิการใช้งานระบบ

ผู้ดูแลระบบ (admin)	ผู้ใช้ (users)
- สามารถเพิ่ม/ลบ/แก้ไข ข้อมูลทั่วไปได้ - สามารถเพิ่ม/ลบ/แก้ไข เมนูหลักในระบบได้ - สามารถเพิ่ม/ลบ/แก้ไข ข้อมูลสมาชิกได้ - สามารถเพิ่ม/ลบ/แก้ไข ข้อมูลสินค้าได้ - สามารถเพิ่ม/ลบ/แก้ไข ข้อมูลแจ้งชำระเงินได้ - สามารถเพิ่ม/ลบ/แก้ไข หมายเลขพัสดุได้ - สามารถเพิ่ม/ลบ/แก้ไข สถานะสั่งซื้อสินค้าได้ - สามารถเพิ่ม/ลบ/แก้ไข ส่วน dashboard ได้ - สามารถรับการแจ้งเตือนคำสั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชันไลน์ได้	- สามารถเรียกดูข้อมูลทั่วไปได้ - สามารถเรียกดูเมนูหลักภายในระบบได้ - สามารถเรียกดูสินค้าและรายละเอียดสินค้าได้ - สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ - สามารถแจ้งชำระเงินผ่านเว็บได้ - สามารถตรวจสอบเลขพัสดุผ่านเว็บได้

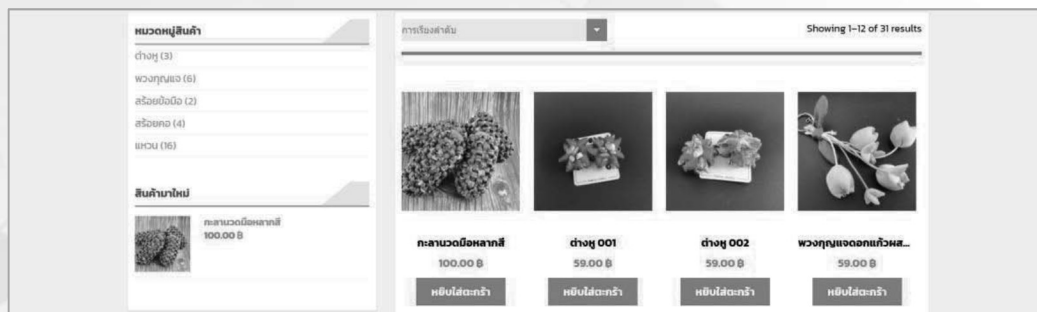
ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา ตามรูปแบบ eMICA ด้วยโปรแกรมเวิร์ดเพลส และใช้โปรแกรม phpMyAdmin จัดการฐานข้อมูล ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่

- การส่งเสริมสินค้าและบริการ เป็นการให้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจในเว็บไซต์แอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ โดยมีส่วนประกอบแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) ส่วนของหัวเว็บ (header) ทางกลุ่มระบุชื่อและภาพภายใต้ชื่อจิตรากะลาแฟชั่น 2) ส่วนของเมนูหลัก (main menu) แสดงเมนูหลักที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงลิงค์ในแต่ละเมนูภายในเว็บมีทั้งหมด 6 เมนูหลัก คือ เมนูร้านค้า หมวดหมู่สินค้า วิธีการสั่งซื้อ แจ้งชำระเงิน หมายเลขพัสดุ ติดต่อเรา 3) ส่วนของเนื้อหา (body) แสดงภาพสินค้า ชื่อและราคาสินค้า และ 4) ส่วนท้ายของเว็บ (footer) แสดงข้อมูลการติดต่อแสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ส่วนของหัวเว็บและเมนู (header & menu)

ส่วนของเนื้อหาได้แบ่ง Grid column ออกเป็น 2 คอลัมน์ คอลัมน์ที่ 1 แสดงหมวดหมู่สินค้าและสินค้ามาใหม่ไว้คอลัมน์ที่ 2 แสดงรายการสินค้า ราคา รูปภาพ แสดงดังภาพที่ 3 ซึ่งลูกค้าสามารถหยิบสินค้าที่สนใจเก็บในตะกร้าและเว็บแอปพลิเคชันสามารถคำนวณยอดการสั่งซื้อให้อัตโนมัติ



ภาพที่ 3 ส่วนของเนื้อหา (body)

ส่วนท้ายเป็นส่วนล่างสุดของเว็บไซต์ แสดงช่องทางสำหรับติดต่อกับศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ โดยสามารถสแกนคิวอาร์โค้ดเฟสบุ๊คหรือโทรศัพท์ติดต่อสอบถามได้โดยตรง แสดงดังภาพที่ 4

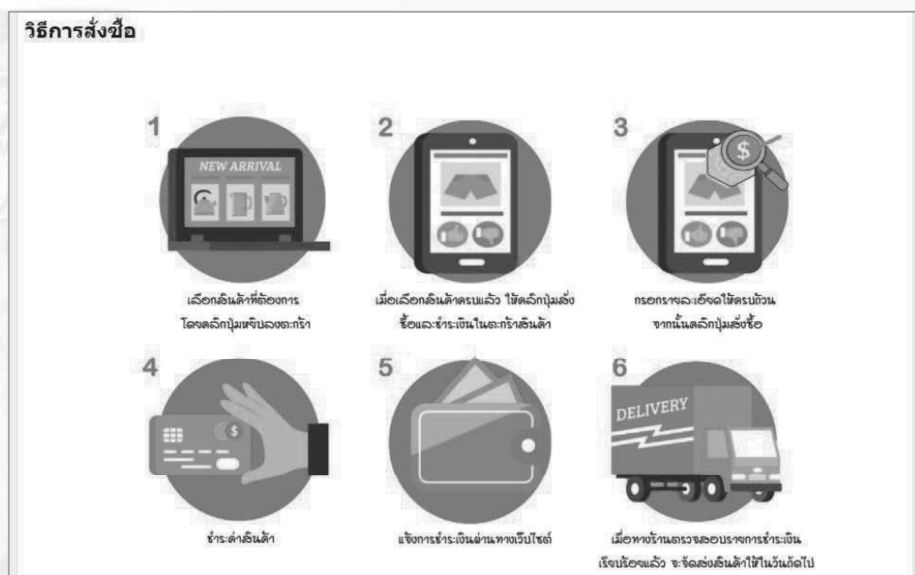


ภาพที่ 4 ส่วนท้าย (footer)

- การให้ข้อมูลข่าวสารและการบริการ ในเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จะให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดสินค้า ดังภาพที่ 5 แสดงข้อมูลวิธีการสั่งซื้อสินค้า ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 5 รายละเอียดสินค้า



ภาพที่ 6 ข้อมูลวิธีการสั่งซื้อสินค้า

- การนำเว็บแอปพลิเคชันมาใช้ในการประมวลผลการทำธุรกรรม ในเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชน เพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ ผู้ใช้สามารถสมัครสมาชิก แสดงดังภาพที่ 7 เพื่อความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าในครั้งต่อไป ลูกค้าไม่ต้องกรอกข้อมูลในการจัดส่งสินค้า และลูกค้าสามารถแจ้งหลักฐานการชำระเงินผ่านเว็บแอปพลิเคชันได้ แสดงดังภาพที่ 8



บัญชีของฉัน เข้าสู่ระบบ

ชื่อผู้ใช้หรือโทรศัพท์มือถือ *

รหัสผ่าน *

เข้าสู่ระบบ

☐ จำฉันไว้

คุณจำรหัสผ่านไม่ได้?

ภาพที่ 7 เข้าสู่ระบบ

แจ้งชำระเงิน

ชื่อ *

เบอร์โทร *

รายการสั่งซื้อ *

จำนวนเงินที่โอน *

ธนาคารที่โอน *

วันที่โอน *

02/02/2021



เวลาที่โอน *

20:40



หลักฐานการโอน *

ส่งข้อมูล

ภาพที่ 8 แจ้งหลักฐานการชำระเงิน

2. ผลการประเมินประสิทธิภาพ และความพึงพอใจในการใช้งานเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งหลังจากผู้วิจัยได้พัฒนาเว็บแอปพลิเคชันแล้ว ได้นำเว็บแอปพลิเคชันไปใช้งานจริงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 220 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่าประเภทอันตรภาค (Interval Rating Scale) เป็นมาตราที่มีช่วงห่างแต่ละคะแนนเท่ากัน หาค่าทางสถิติโดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

- ผลการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านเว็บแอปพลิเคชัน พบว่าผลการวิจัยในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, $SD. = 0.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับมากทุกด้านโดยเฉพาะด้านระบบใช้งานง่ายและไม่ซับซ้อน มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.20 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 รองลงมาคือด้านการรักษาความปลอดภัยของระบบ มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.20 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.42 แสดงดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 ผลการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของเว็บแอปพลิเคชันโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน (SD)	แปลผล
1. ระบบใช้งานง่ายและไม่ซับซ้อน	4.20	0.63	มาก
2. มีการจัดระบบข้อมูลเป็นหมวดหมู่	3.90	0.57	มาก
3. ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ	3.80	0.42	มาก
4. ข้อมูลมีความถูกต้องและครบถ้วน	3.80	0.63	มาก
5. มีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้เสีย	4.00	0.67	มาก
6. เป็นสื่อในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ได้	3.90	0.57	มาก
7. ด้านการรักษาความปลอดภัยของระบบ	4.20	0.42	มาก
รวม	3.97	0.56	มาก

- ผลการประเมินความพึงพอใจการใช้งานของเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา โดยสมาชิกกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ และผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ จำนวน 210 คน พบว่า มีการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะด้านคุณภาพเว็บไซต์ด้านการออกแบบ โดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 รองลงมาคือ ด้านคุณภาพเว็บไซต์ด้านเนื้อหา โดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 ส่วน แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้งานเว็บแอปพลิเคชัน โดยสมาชิกกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ และผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์

รายการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน (SD)	แปลผล
1. ด้านคุณภาพเว็บไซต์ด้านเนื้อหา	4.26	0.76	มาก
1.1 เนื้อหาเมนูร้านค้า	4.12	0.82	มาก
1.2 เนื้อหาเมนูหมวดหมู่สินค้า	4.21	0.77	มาก
1.3 เนื้อหาเมนูวิธีการสั่งซื้อ	4.33	0.75	มาก



ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้งานเว็บแอปพลิเคชัน โดยสมาชิกกลุ่มศูนย์หัตถกรรม
กะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ และผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน (SD)	แปลผล
1.4 เนื้อหาเมนูแจ้งชำระเงิน	4.30	0.80	มาก
1.5 เนื้อหาเมนูหมายเลขพัสดุ	4.28	0.73	มาก
1.6 เนื้อหาเมนูติดต่อเรา	4.35	0.72	มาก
2. ด้านคุณภาพเว็บไซต์ด้านการออกแบบ	4.34	0.72	มาก
2.1 ความสวยงามของเว็บไซต์	4.26	0.76	มาก
2.2 ตัวอักษร อ่านง่าย ชัดเจน	4.35	0.69	มาก
2.3 ภาพสินค้ามีความชัดเจน	4.37	0.76	มาก
2.4 การจัดรูปแบบหน้าจอ ภาพ สีสัน มีความเหมาะสม	4.26	0.79	มาก
2.5 ใช้งานง่าย สะดวกในการเรียกดูข้อมูล	4.42	0.66	มาก
2.6 ความพึงพอใจในภาพรวมด้านการออกแบบเว็บไซต์	4.37	0.69	มาก
รวม	4.30	0.75	มาก

สรุปผลการวิจัย

ผลการออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา ตามรูปแบบ eMICA ด้วยโปรแกรมเวิร์ดเพรส ทำการประเมินประสิทธิภาพและศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 220 คน ประกอบด้วย สมาชิกกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จำนวน 10 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บแอปพลิเคชัน จำนวน 10 คน ผู้ใช้งานเว็บไซต์ จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่าประเภทอันตรภาค (Interval Rating Scale) ผลการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของเว็บแอปพลิเคชันในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.56 ผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้งานของเว็บแอปพลิเคชัน ในภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 สรุปได้ว่า เว็บแอปพลิเคชันสามารถเรียกดูข้อมูลสินค้าและสั่งซื้อสินค้าได้ รองรับการใช้งานบนทุกอุปกรณ์และทุกระบบปฏิบัติการ ระบบใช้งาน ไม่ซับซ้อน ไม่ต้องติดตั้งเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งช่วยให้การเข้าถึงข้อมูลและการใช้งานสามารถทำได้สะดวก รวดเร็วและง่ายขึ้นส่งผลให้สามารถขยายกลุ่มลูกค้าได้เพิ่มขึ้น



อภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า ผลการออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันโดยใช้โปรแกรมเวิร์ดเพลสผ่านการมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ ผลจากการออกแบบเว็บแอปพลิเคชันสามารถแสดงข้อมูลรายละเอียดสินค้า หมวดหมู่สินค้า สั่งซื้อสินค้า ดูวิธีการสั่งซื้อ แจ้งหลักฐานการชำระเงิน ตรวจสอบหมายเลขพัสดุ ดูข้อมูลการติดต่อกลุ่ม มีเมนูสำหรับแจ้งขั้นตอนการซื้อสินค้าซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าสามารถศึกษาและซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น ในส่วนของผู้ดูแลระบบสามารถจัดการข้อมูลโดยการเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลได้ทั้งหมด ปรับเปลี่ยนสถานะการซื้อสินค้าของลูกค้าและมีระบบแจ้งเตือนแบบเรียลไทม์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์เมื่อมีคำร้องการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าเข้ามาทางระบบ ซึ่งเป็นการออกแบบตามรูปแบบ eMICA สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกพัชร กอประเสริฐ และพงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น, (2561) ที่มีการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ผู้บริโภคประเมินความพึงพอใจในการใช้งาน และการต่อยอดโดยการใช้อินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ในการพัฒนาเว็บไซต์ นฤมล ชูชินปราการ, (2559) นำ eMICA มาเป็นรูปแบบการพัฒนาเพื่อส่งเสริมสินค้าและบริการ สร้างความได้เปรียบให้กับธุรกิจ และองอาจ ชาญประสิทธิ์ชัย, (2563) ประเมินรูปแบบการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามขั้นตอน eMICA มีการแสดงรายการสินค้ามากที่สุด และงานวิจัยของ Kaibo Zhou, Xiaobo Jia, (2561) เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยวระดับเอของเชียงใหม่ใช้ตามแบบจำลอง eMICA ทำให้ทราบว่าคนส่วนใหญ่ต้องการให้มีการใช้หลายภาษาและมีการแจ้งเตือนผ่านทางอีเมลเพื่อบริการผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ เนื่องจากมีการแจ้งเตือนผ่านช่องทางอีเมลและระบบไลน์

ผลการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของเว็บแอปพลิเคชันสินค้าชุมชนเพื่อจัดการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกะลามะพร้าวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.56 เมื่อนำมาพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านระบบใช้งานง่ายและไม่ซับซ้อน มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.20 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 รองลงมาคือด้านการรักษาความปลอดภัยของระบบ มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.20 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.42 ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาเรื่องการทำบาตรของชุมชนบ้านบาตร (ณัฐฐา ผิวมา และปริศนา มัชฌิมา, 2561) ซึ่งมีผลการประเมินคุณภาพของแอปพลิเคชันอยู่ในระดับมากทุกข้อ ทั้งด้านเนื้อหาและด้านสื่อ รวมทั้งมีข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านเว็บแอปพลิเคชันควรพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันให้มีการแสดงผลในรูปแบบ 2 ภาษา โดยเพิ่มการแสดงผลด้วยภาษาอังกฤษเพื่อขยายกลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติ เนื่องจากชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความสนใจในงานหัตถกรรมทำมือ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มยอดขายได้เพิ่มขึ้น ส่วนผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานได้ให้คะแนนความพึงพอใจในด้านการใช้งานง่าย สะดวกในการเรียกดูข้อมูล เป็นอันดับแรก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66 ซึ่งสอดคล้อง



กับการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับการวิเคราะห์ข้อสอบปรนัย (วุฒิพงษ์ ชินศรี และศิริวรรณ วาสุกี, 2558) ที่พบว่า การพัฒนาระบบในลักษณะของเว็บแอปพลิเคชันนั้นสามารถใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องทำการติดตั้งซอฟต์แวร์ก่อนใช้งานซึ่งจะช่วยลดขั้นตอนและลดระยะเวลาในการใช้งานเว็บแอปพลิเคชันได้ และความพึงพอใจการใช้งานที่มีการประเมินพึงพอใจน้อยที่สุดด้านเนื้อหาเมนูร้านค้า มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.12 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82

ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค
2. ควรพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันให้มีการแสดงผลในรูปแบบ 2 ภาษา โดยเพิ่มการแสดงผลด้วยภาษาอังกฤษเพื่อขยายกลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติที่มีความสนใจในงานหัตถกรรม

บรรณานุกรม

- กนกพัชร กอประเสริฐ และพงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น. (2561). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับห่วงโซ่คุณค่าผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 23(3), 111-122.
- กรวิการ์ แสหนหาญ และคณะ. (2561). เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการร้านกาแฟพรีเมียมในเขตกรุงเทพมหานครด้วยแบบจำลอง ACSI. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 9(3), 53-67.
- กลุ่มระเบียบวิธีสถิติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). เทคนิคการสุ่มตัวอย่างและการประมาณค่า, 3 มีนาคม 2564.
www.efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fservice.nso.go.th%2Fnsso%2Fnsopublish%2FToneminute%2Ffiles%2F55%2FA3-16.pdf&cflen=4244229
- กัลยา โตทองกลาง สุภัทริตา บรรดาศักดิ์ และอุบลวรรณ เลิศนอก. 2562. การศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. *การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ 6*, 30 มีนาคม 2562 ณ วิทยาลัยนครราชสีมา. นครราชสีมา: วิทยาลัยนครราชสีมา.
- กาญจนา ทวีพันธ์, มนตรี ธรรมพัฒนากุล, สิทธิชัย ชูสุวรรณ และสุกัญญา โตแทนสมบัติ. (2562). คุณภาพการให้บริการและความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านกาแฟสตาร์บัคส์สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดพิษณุโลก. *วารสาร ธุรกิจปริทัศน์*, 11(1), 35-54.
- กิริยา ขว้ทองเขียว. 2558. *การศึกษาโมเดล ACSI และ H-CSI ความพึงพอใจของผู้บริโภคธุรกิจ Budget Hotels ในประเทศไทย*.วิทยานิพนธ์วิทยาศาตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.



- ชงโค ดรลาดพันธุ์ และวิชญ์ สมิตสุวรรณ. (2563). การตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคผ่านสื่อเครือข่ายออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(6), 118-131.
- ชุดิมา นิมมว. (2562). การปฏิบัติการวิจัยอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารร่วมพฤษ มหาวิทยาลัยเกริก*, 37(1), 68-77.
- ณัฐรา ผิวมา และปรีศนา มัชฌิมา. (2561). การพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาเรื่องการทำบาตรของชุมชนบ้านบาตร. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 31(1), 241-262.
- ณัฐพร เมืองทุม. (2563). *สรุป 16 สถิติ Insight E-commerce Stat 2021*, สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2564, จาก การตลาดวันละตอน เว็บไซต์: <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/thailand-insight-ecommerce-digital-stat-2021-we-are-social>
- ณัฐพัชร อภิรุ้งเรืองสกุล และประสพชัย พสุนนท์. (2563). นวัตกรรมการตลาดสู่การขับเคลื่อนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 12(1), 1-14.
- นฤมล ชูชินปราการ. (2559). การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวขนาดเล็กและขนาดย่อมในประเทศไทย: รูปแบบการพัฒนาแบบเป็นขั้นตอน. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 30(93), 17-32.
- มนตรี ธรรมพินากุล, กาญจนา ทวีพันธ์, เพ็ญภา ประสงค์ และฉัตรพล ผาสิงห์. (2562). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว กรณีศึกษา: บริษัท ยัวร์เฟรนด์ ทราเวล จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 11(1), 163-175.
- รุ่งนภา สมสกุล และประพล เปรมทองสุข. (2562). อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของส่วนประสมทางการตลาดแบบใหม่ที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันซื้อสินค้าออนไลน์. *วารสาร มทร. อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6(2), 19-31.
- ละอียด ศิลาน้อย. (2562). การใช้มาตรฐานค่าในการศึกษาวิจัยทางสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ การโรงแรม และการท่องเที่ยว. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 8(15), 112-126.
- วุฒิพงษ์ ชินศรี และศิริวรรณ วาสุกี. (2558). การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับการวิเคราะห์ข้อสอบปรนัย. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 10(1), 1-17.
- องอาจ ชาญประสิทธิ์ชัย. (2563). รูปแบบการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(9), 1-21.
- Dan, C. (2014). Consumer-To-Consumer (C2C) Electronic Commerce: The Recent Picture. *International Journal of Networks and Communications*, 4(2), 29-32.



Zhou, K., & Jia, X. (2018). Research on the website construction of Shanghai a-level tourist attractions based on eMICA model, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR): Vol. 181*. (pp. 568-572). China: Atlantis Press.